

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Faktor - faktor kualitas produk dan harga diri secara bersama - sama mempengaruhi tingkat kedatangan konsumen di rumah makan Kentucky Fried Chicken Citraland Mall Semarang, hal ini dapat dibuktikan dengan adanya nilai korelasi hasil perhitungan komputer yang menunjukkan  $R \text{ ganda} = 0.443$ , sedangkan  $F \text{ reg} = 6.953$ , dengan  $p < 0.01$  atau  $p = 0.002$  yang berarti hubungan antara kualitas produk dan harga diri dengan tingkat kedatangan sangat signifikan, maka hipotesis penelitian ini diterima. Bila dibandingkan pengaruhnya, antara kualitas produk dan harga diri dengan tingkat kedatangan maka kualitas produk lebih banyak memberikan sumbangan yaitu 14.143, dibandingkan dengan harga diri yang hanya memberikan sumbangan sebesar 5.470.

Selain itu diketahui juga korelasi antara kualitas produk dengan tingkat kedatangan adalah negatif yaitu  $r = -0.344$ ,  $p < 0.05$  atau  $p = 0.007$ . Artinya adalah semakin tinggi kualitas produk berarti semakin rendah tingkat kedatangan, begitu pula sebaliknya bila semakin rendah kualitas produk berarti semakin tinggi tingkat

kedatangan. Pada harga diri dan tingkat kedatangan tidak ada pengaruhnya yaitu  $r = -0.191$ ,  $p > 0.05$  atau  $p = 0.140$ . Dari hasil statistik diatas dapat disimpulkan bahwa bukan hanya kualitas produk atau harga diri saja yang mempengaruhi tingkat kedatangan. Namun kedua-duanya dan masih banyak faktor-faktor lain yang mempengaruhi tingkat kedatangan, antara lain adalah motivasi, hasil belajar, kepribadian, sikap, kelas sosial, kelompok referensi, kebudayaan, keluarga.

#### B. Saran - Saran

Faktor-faktor lain yang perlu dipertimbangkan untuk penelitian lebih lanjut selain kualitas produk dan harga diri dalam mempengaruhi tingkat kedatangan antara lain adalah motivasi, hasil belajar, kepribadian, sikap, kelas sosial, kelompok referensi, kebudayaan, keluarga.